

Матвієнко Н.О.

Київський національний університет ім. Т. Шевченка

Інститут міжнародних відносин, м. Київ

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ РЕАЛІЗАЦІЇ ТЮТЮНОВИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ

Україна посідає перше місце серед країн Європи за кількістю курців серед дітей. За даними Держкомстату, в цілому в Україні палять 10 млн людей [2].

У Верховній Раді очікує другого читання законопроект №5164, який ставить під заборону будь-яку рекламу цигарок; за порушення вказаних у законі норм накладатиметься штраф у розмірі 30-50 тис грн [3].

За даними Держкомстату, виробництво сигарет, які містять тютюн чи суміші тютюну із заміниками, знизлося за січень-лютий 2011 року на 25% у порівнянні з обсягом, виготовленим за аналогічний період у 2010 році [2].

Повна заборона реклами тютюнових виробів дозволить знизити кількість курців приблизно на 7% [4].

З початку 2000-х років кожен рік близько 500 тис. українських підлітків стають курцями. При цьому 95% з них – «жертви реклами».

Щорічно близько 230 тис. українців кидають паління, а ще до 250 тис. курців помирає з різних причин. Тому, щоб зберегти свій ринок збуту, індустрії необхідно щорічно «вербувати у курців» не менше 500 тис. чоловік, абсолютна більшість яких – підлітки [5].

Аналізуючи точки зору фахівців у цьому питанні, у випадку прийняття закону (набере чинності, скоріш за все, 1 січня 2012 року), можна зробити наступний висновок: це буде знову компроміс сторін з ще більшими обмеженнями у комунікаціях:

1) Продукт. Ймовірно, що відмінять різноманітні промо-виявлення у вигляді вставок у пачку, друк на півці.

2) Заходи. Буде заборонено спонсорство і стимулювання збуту на заходах, що перестануть бути точками продажу.

3) Інтернет. Банерну рекламу буде заборонено, але залишать веб-сайти із закритим доступом.

4) Інформація у точках продажу. Уся інформація буде виключно продуктовою, без привабливих іміджевих образів.

5) База даних. Логічно буде зберегти можливість комунікації із своєю перевіреною базою даних через sms та e-mail, та й це – лише у продуктової стилістиці.

Що ж стосується рекламного ринку, то така заборона вплине наступним чином: виникне черговий перерозподіл медійного простору та частки бюджетів між ЗМІ. Пусті рекламні місця займуть інші ринки із своїми гравцями.

Оператори рекламних площин постраждають, можливо, навіть призупинять свій бізнес. Деякі видавництва зменшать кількість рекламних площин, але вихід знайдуть. Наприклад, збільшать вартість тих площин, що лишилися.

Що ж до курців, то тютюнові кіоски та відділи в супермаркетах залишаться – а це потужніше, ніж яка-небудь прогресивна мультинаціональна рекламна компанія.

Що стосується виробників, то заборона може негативно вплинути на нові бренди, яким буде важче вийти на ринок. Але це позитивно вплине на уже існуючі популярні бренди, які мають певну частку ринку та високу лояльність споживачів. Без конкурентів їм лише краще. Тим більше, що все одно знайдуться варіанти як промодувати цигарки: продавець у кіоску може завжди запропонувати що-небудь нове. А це вже і є реклама.

Отже, на даний момент реклама тютюну обмежена не лише державою. У кожній великій іноземній компанії є додатково свій внутрішній маркетинговий кодекс, який пильно дотримується, з набагато більшими обмеженнями, ніж цього потребує закон. Та нечисельна реклама, що дозволяється, досить жорстко регламентується власне тютюновими компаніями і спрямована виключно на повнолітніх курців. Основна задача реклами тютюну – це не збільшення споживання, а виключно конкуренція між торговими марками всередині тютюнового ринку. Реклама носить, в основному, продуктовий характер і слугує інформуванням вже існуючих повнолітніх курців. І у тому вигляді, у якому вона лишилась, не може підштовхувати до паління. Надто обмежені можливості для масової комунікації. Такі умови дають можливість контактувати лише із своєю цільовою аудиторією [3].

1. Проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо заборони реклами, спонсорства та стимулювання продажу тютюнових виробів) [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_1?pf3511=36199

2. На 25% скоротилось виробництво сигарет в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ru.tsn.ua/groshi/na-25-sokratilos-proizvodstvo-sigaret-v-ukraine.html>

3. Загорится красный свет для рекламы сигарет?! [Електронний ресурс] / Л. Шелест – Режим доступу: <http://befirst.com.ua/expert/show/151-zagoritsya-krasniy-svet-dlya-reklami-sigaret/>

4. Рекламы сигарет с сентября в Украине не будет [Електронний ресурс] / Л. Ангурская – Режим доступу: <http://dozor.kharkov.ua/zhizn/obwestvo/1092168.html>

5. Запретить запрещенное. Зачем Украине нужен полный запрет табака? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.reklama-live.com.ua/news/market/489>